

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA MASKAPAI  
PENERBANGAN *EXPRESS AIRLINES* DI BANDARA BABULLAH  
TERNATE**

**Naskah Publikasi Ilmiah**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Guna mencapai derajat

Sarjana S-1

Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi



Disusun Oleh:

**ANDRI TIYONO**

**B 100 080 108**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUAHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2012**

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) secara parsial maupun simultan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui pengaruh yang lebih dominan dari kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) terhadap tingkat kepuasan pelanggan jasa maskapai penerbangan *Express Airlines* di bandara Babullah Ternate. Dalam penelitian ini bagaimana pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) dilihat dari lima dimensi: *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan *Express Airlines*. Sedangkan hipotesis penelitian ini yaitu kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan *Express Airlines*.

Metode penelitian yang dilakukan merupakan penelitian yang bersifat deskriptif kuantitatif, dan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori Manajemen pemasaran yang berhubungan dengan kualitas pelayanan. Teknik pengumpulan data dengan mengedarkan daftar pertanyaan (kuesioner) dengan sampel sebanyak 100 responden. Untuk menguji hipotesis digunakan regresi berganda dengan melakukan uji F dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dilihat dari lima dimensi: *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan *Express Airlines*. Variabel yang memiliki pengaruh signifikan adalah *assurance*, sekaligus paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* dan Kepuasan pelanggan

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertandatangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA MASKAPAI PENERBANGAN  
*EXPRESS AIRLINES* DI BANDARA BABULLAH TERNATE**

Yang ditulis oleh:

**ANDRI TIYONO**

**B 100 080 108**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, September 2012

Pembimbing



(Drs. Ma'ruf, MM)



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi UMS

(Dr. Andri Tiyono, SE, M.Si.)

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri jasa penerbangan di Indonesia, khususnya untuk penerbangan komersial berjadwal semakin marak, sejak dikeluarkannya deregulasi yang mengatur transportasi udara pada tahun 1999, berupa serangkaian paket deregulasi, salah satunya adalah Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 81 Tahun 2004 tentang Pendirian Perusahaan penerbangan di Indonesia. Banyaknya jumlah maskapai penerbangan yang beroperasi di Indonesia secara langsung menciptakan persaingan yang cukup ketat. Walaupun menghadapi tekanan dengan meningkatnya harga bahan bakar, industri penerbangan nasional tetap mengalami pertumbuhan yang pesat.

Setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang jasa maupun nonjasa, dalam melakukan kegiatan bisnis memerlukan strategi yang mampu menempatkan perusahaan pada posisi yang terbaik, mampu bersaing serta terus berkembang dengan mengoptimalkan semua potensi sumber daya yang dimiliki (Sitepu, 2005). Perusahaan jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan perusahaan nonjasa. Pemasaran jasa penerbangan merupakan suatu proses penyesuaian antara permintaan penumpang pada saat ini, permintaan potensial, permintaan masa depan, dan penawaran dari suatu maskapai penerbangan (Natalisa, 1995).

Untuk menjadi perusahaan yang kompetitif tentu harus memenuhi sejumlah kriteria, salah satu kriteria adalah kepuasan pelanggan yang bersifat dinamis yang sangat dipengaruhi oleh kemajuan-kemajuan yang diraih dalam teknologi telekomunikasi dan teknologi informasi. Selama ini Maskapai *Express Airlines* berjalan tegak diantara banyaknya perusahaan sejenis lainnya, dan selama ini pula Maskapai *Express Airlines* “menemani” masyarakat luas, khususnya bagi para penduduk Indonesia yang senang melakukan perjalanan bagi keperluannya. Begitulah Maskapai *Express Airlines* hadir ditengah kesibukan pelanggan untuk menyediakan berbagai keperluan yang diinginkan para pelanggan. Dengan kepuasan yang diperoleh pelanggan maka dengan sendirinya perusahaan tersebut telah

menciptakan *image* yang positif terhadap pelanggan, yang biasanya perusahaan perlu menambahkan adanya pemberian jaminan produk atau jasa yang telah dibeli oleh pelanggan.

Baik buruknya citra suatu perusahaan tergantung dari pelayanan yang diberikan dalam memuaskan pelanggan pada kehidupan sehari-hari, sekaligus perusahaan harus berupaya untuk mampu menghadapi pasar yang semakin kompetitif saat ini dalam beraktifitas, maka selayaknya bagi perusahaan memperhatikan lebih mendalam lagi mengenai arti pentingnya kepuasan pelanggan, karena perusahaan mutlak tergantung dari ada atau tidaknya perhatian terhadap pelanggan dengan peningkatan pelayanan demi meningkatkan kepuasan yang diberikan Maskapai *Express Airlines*.

Tujuan penelitian ini secara umum adalah untuk mengetahui sejauh mana mutu pelayanan terutama:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) terhadap kepuasan pelanggan Maskapai *Express Airlines* di Bandara Babullah Ternate.
2. Untuk menganalisis pengaruh variabel mana yang dominan dari kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) terhadap kepuasan pelanggan Maskapai *Express Airlines* di Bandara Babullah Ternate.

## **2. LANDASAN TEORI**

### **a. Teori Tentang Pemasaran Jasa**

Pemasaran yang efektif (*effective marketing*) justru beakibat sebaliknya yaitu menciptakan nilai kepuasan. Berbagai riset dan literatur manajemen dan pemasaran jasa mengungkapkan bahwa jasa memiliki empat karakteristik yang membedakan barang dan jasa yang dinamakan IHIP: *Intangibility, Heterogeneity, Inseparability* dan *Perishability* (Fandy Tjiptono dan Gregoreus Chandra, 2005).

#### **b. Teori Tentang Kualitas Pelayanan**

Faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu: jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan /dipersepsikan.

#### **c. Teori Tentang Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan konsumen adalah kondisi dimana harapan konsumen mampu dipenuhi oleh produk (Kotler &Amstrong, 1999). Menurut Lupiyoadi (2001), terdapat 5 faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga, Biaya.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif dan jenis penelitiannya studi empiris didukung dengan survei. Sifat penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*Explanatoring Research*) yaitu penelitian yang bertujuan untuk memaparkan dan menjelaskan sifat suatu keadaan yang sedang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari gejala tersebut.

- a. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penumpang yang pernah menggunakan jasa penerbangan pesawat *Express Airlines* di Bandara Babullah Ternate.
- b. Peneliti menetapkan 100 sampel sebagai sampel penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian penumpang maskapai penerbangan *Express Airlines* di Bandara Babullah Ternate.
- c. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah dengan metode purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel secara sengaja. sampel diambil tidak secara acak, tapi di tentukan sendiri oleh peneliti. Kriteria yang digunakan untuk penentuan sampel antara lain :
  - 1) Pelanggan yang pernah menggunakan jasa penerbangan *Express Airlines*.

- 2) Pelanggan yang telah menggunakan jasa Penerbangan Express Airlines minimal sekali.
- 3) Usia pelanggan minimal 15 tahun keatas.
- 4) Pelanggan bersedia dijadikan responden.

- **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan wawancara atau daftar pertanyaan (koesioner). Daftar pertanyaan berisikan yang menyangkut kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa penerbangan Express Airlines di Bandara Babullah Ternate.

- **Jenis dan Sumber Data**

Sumber pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan dari para pelanggan jasa penerbangan *Express Airlines* di Bandara Babbullah Ternate berdasarkan daftar pertanyaan (koesioner).

- **Jenis dan Sumber Data**

Sumber pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan dari para pelanggan jasa penerbangan *Express Airlines* di Bandara Babbullah Ternate berdasarkan daftar pertanyaan (koesioner).

- **Identifikasi Variabel**

Identifikasi Variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas (X) adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi-dimensi *tangibles* (bukti fisik), *realibility* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).
2. Variabel terikat (Y) adalah kepuasan pelanggan jasa penerbangan Express Airlines.

- **Definisi Operasional Variabel**
  - a. *Tangibles* (X1)
  - b. *Reliability* (X2)
  - c. *Responsiveness* (X3)
  - d. *Assurance* (X4)
  - e. *Empaty* (X5)
  - f. Kepuasan (Y)
- **Metode Analisis Data**
  - a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
  - b. Pengujian Asumsi Klasik
  - c. Model Analisis Data
  - d. Pengujian Hipotesis

#### 4. **HASIL PENELITIAN**

Untuk mengetahui hasil penelitian, maka dilakukan beberapa metode uji. Beberapa diantaranya adalah uji validitas dan reliabilitas.

##### a. **Uji Validitas dan Reliabilitas**

###### 1) **Uji Validitas**

Berdasarkan item pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner yang disampaikan kepada penumpang yang menggunakan jasa penerbangan pesawat *Express Airlines*, kemudian dilakukan uji validitas terhadap item pertanyaan. Hasil tes validitas dengan menggunakan program SPSS Ver.16.0 yang dapat dilihat pada lampiran. Teknik korelasi yang digunakan adalah korelasi *product moment*. Kriteria pengukuran yaitu  $p\text{-value} < 0,05$  maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

###### 2) **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui sifat dari alat ukur yang digunakan, dalam arti apakah alat ukur tersebut akurat, stabil dan konsisten. Instrumen yang digunakan dalam penelitian tersebut dikatakan andal (*reliable*) apabila memiliki



koefisien *cronbach' alpha* lebih dari 0,60. Hasil uji reliabilitas dari variabel-variabel penelitian yang menggunakan *Cronbach's alpha* dengan bantuan program SPSS versi 16.0 adalah sebagai berikut :

**Tabel IV.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
<i>Tangibles</i> (X <sub>1</sub> )	0,681	0,60	Reliabel
<i>Reliability</i> (X <sub>2</sub> )	0,685	0,60	Reliabel
<i>Responsiveness</i> (X <sub>3</sub> )	0,715	0,60	Reliabel
<i>Assurance</i> (X <sub>4</sub> )	0,700	0,60	Reliabel
<i>Empathy</i> (X <sub>5</sub> )	0,833	0,60	Reliabel
Kepuasan pelanggan (Y)	0,661	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah, 2012

Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan mengenai variabel *tangibles* (X<sub>1</sub>), *reliability* (X<sub>2</sub>), *responsiveness* (X<sub>3</sub>), *assurance* (X<sub>4</sub>), *empathy* (X<sub>5</sub>), dan kepuasan pelanggan (Y) menunjukkan nilai yang reliabel karena nilai *Cronbach's alpha* > 0,60.

## **b. Uji Asumsi Klasik**

### **1) Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal. Dengan alat bantu komputer program SPSS. 16.0 dapat peneliti sampaikan hasil uji normalitas sebagai berikut :

**Tabel IV.12**  
**Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a</sup>	Std. Deviation	1.57737527
Most Extreme	Absolute	.064
Differences	Positive	.064
	Negative	-.052
Kolmogorov-Smirnov Z		.639
Asymp. Sig. (2-tailed)		.809

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari pengujian *Kolmogorov-Smirnov test* ( $K - S$ ) dengan bantuan komputer program SPSS ver 16,00 diperoleh nilai sebesar  $0,809 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan keadaan yang tidak signifikan, berarti  $H_0$  diterima artinya bahwa data residual berdistribusi normal.

## 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang berarti antara masing-masing variabel independen dalam model regresi. Hasil analisis dengan menggunakan program SPSS versi 16.0 adalah sebagai berikut :

**Tabel IV.13**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Nilai <i>tolerance value</i>	Kriteria	VIF	Kriteria	Keterangan
<i>Tangibles</i> ( $X_1$ )	0,580	0,10	1,723	10	Tidak terjadi
<i>Reliability</i> ( $X_2$ )	0,602	0,10	1,662	10	Tidak terjadi
<i>Responsiveness</i> ( $X_3$ )	0,981	0,10	1,041	10	Tidak terjadi
<i>Assurance</i> ( $X_4$ )	0,593	0,10	1,686	10	Tidak terjadi
<i>Empathy</i> ( $X_5$ )	0,615	0,10	1,627	10	Tidak terjadi

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Hasil tersebut dapat diketahui bahwa semua variabel independen yaitu *tangibles* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), dan *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ) dan *empathy* ( $X_5$ ) menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas karena nilai *tolerance value*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ .

### 3) Uji *Heteroskedastisitas*

Adapun uji yang digunakan dalam analisis *Heteroskedastisitas* adalah dengan uji Glestjer. Hasil analisis dengan menggunakan program SPSS versi 16.0 adalah sebagai berikut :

**Tabel IV.14**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Probabilitas	Kriteria Signifikan	Keterangan
<i>Tangibles</i> ( $X_1$ )	0,095	0,05	Tidak Terjadi
<i>Reliability</i> ( $X_2$ )	0,332	0,05	Tidak Terjadi
<i>Responsiveness</i> ( $X_3$ )	0,633	0,05	Tidak Terjadi
<i>Assurance</i> ( $X_4$ )	0,917	0,05	Tidak Terjadi
<i>Empathy</i> ( $X_5$ )	0,892	0,05	Tidak Terjadi

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai probabilitas  $> 0,05$ , sehingga variabel independen yang diujikan, yaitu *tangibles* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), dan *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ) dan *empathy* ( $X_5$ ) menunjukkan tidak terjadi heterokedastisitas.

### c. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu *tangibles* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), dan *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ) dan *empathy* ( $X_5$ ) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Hasil analisis dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil sebagaimana ditunjukkan dalam tabel IV.5

**Tabel IV.15**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients</i>
	B
<i>(Constant)</i>	0,427
<i>Tangibles (X<sub>1</sub>)</i>	0,205
<i>Reliability (X<sub>2</sub>)</i>	0,178
<i>Responsiveness (X<sub>3</sub>)</i>	0,123
<i>Assurance (X<sub>4</sub>)</i>	0,330
<i>Empathy (X<sub>5</sub>)</i>	0,161

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari tabel tersebut maka dapat diketahui:

$$a = 0,427$$

$$b_1 = 0,205$$

$$b_2 = 0,178$$

$$b_3 = 0,123$$

$$b_4 = 0,330$$

$$b_5 = 0,161$$

Dengan demikian persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = 0,427 + 0,205X_1 + 0,178X_2 + 0,123X_3 + 0,330X_4 + 0,161X_5$$

#### **d. Uji Hipotesis**

##### **1) Uji F**

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu *tangibles* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), dan *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ) dan *empathy* ( $X_5$ ) secara silmultan (serempak) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Hasil analisis uji F dengan menggunakan program *SPSS* secara ringkas dapat ditunjukkan dalam tabel IV.16

**Tabel IV.16**  
**HASIL ANALISIS UJI F**

Keterangan	Sum of Squares	Df	Mean Square	F <sub>hitung</sub>	Sig.	Kesimpulan
Regression	467,117	5	93,423	35,652	0,000	H0 ditolak
Residual	246,232	94	2,620			
Total	713,440	99				

Sumber: data primer yang diolah, 2012

## 2) Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas yaitu *tangibles* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), dan *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ) dan *empathy* ( $X_5$ ) secara parsial terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y). Hasil analisis uji t dengan menggunakan program SPSS secara ringkas dapat ditunjukkan dalam tabel IV.17.

**Tabel IV.17**  
**HASIL ANALISIS UJI t**

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t <sub>hitung</sub>	Sig.	Kesimpulan
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	0,427	1,654		0,258	0,797	
<i>Tangibles</i> ( $X_1$ )	0,205	0,175	0,217	2,727	0,008	H0 ditolak
<i>Reliability</i> ( $X_2$ )	0,178	0,076	0,182	2,325	0,022	H0 ditolak
<i>Responsiveness</i> ( $X_3$ )	0,123	0,053	0,145	2,351	0,021	H0 ditolak
<i>Assurance</i> ( $X_4$ )	0,330	0,068	0,381	4,847	0,000	H0 ditolak
<i>Empathy</i> ( $X_5$ )	0,161	0,062	0,201	0,603	0,011	H0 ditolak

Sumber: data primer yang diolah, 2012

## 3) Koefisien Determinasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau pengaruh yang diberikan variabel bebas yaitu *tangibles* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), dan *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ) dan *empathy* ( $X_5$ ) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) yang ditunjukkan dengan persentase. Hasil analisis

koefisiend eterminasi dengan menggunakan program *SPSS* secara ringkas dapat ditunjukkan dalam tabel IV.17.

**Tabel IV.17**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 <sup>a</sup>	.655	.636	1.61878

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai *Adjusted R Square* = 0,636 berarti diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas yaitu *tangibles* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), dan *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ) dan *empathy* ( $X_5$ ) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) sebesar 63,6% sedangkan sisanya (100% - 63,6%) = 36,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti.

## 5. SIMPULAN DAN SARAN

### a. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilaksanakan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Ada pengaruh yang positif dan signifikan variabel bebas yaitu *tangibles* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), dan *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ) dan *empathy* ( $X_5$ ) secara parsial terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y).
- Ada pengaruh yang signifikan variabel bebas yaitu *tangibles* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), dan *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ) dan *empathy* ( $X_5$ ) secara simultan (serempak) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y).
- Variabel *assurance* ( $X_4$ ) merupakan variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y), karena nilai koefisien

regresinya paling besar diantara variabel lainnya, dilihat dari standardized coefficients beta sebesar 0,381.

- Sumbangan pengaruh variabel bebas yaitu *tangibles* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), dan *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ) dan *empathy* ( $X_5$ ) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) sebesar 63,6% sedangkan sisanya ( $100\% - 63,6\%$ ) = 36,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti.

#### **b. Saran**

Adapun saran yang dapat penulis sampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Semua unsur dimensi kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga Maskapai *Express Airlines* perlu memperhatikan lebih khusus dimensi-dimensi kualitas pelayanan tersebut serta mencari terobosan yang dapat meningkatkan kinerja dan pelayanannya.
- Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*emphaty*) yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen kepuasan konsumen misalnya, efisiensi pelayanan dan efektifitas pelayanan, agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain di luar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi kepuasan konsumen.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Djarwanto, Ps. 1998. Statistik Induktif. BPFE: Yogyakarta.
- Ferrinadewi, Erna. 2005. Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Komestik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume Ketujuh, No.2. September 2005.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ketiga Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia.
- Utari, Woro. 2010. *Model Kepuasan Pelanggan Sebagai Moderating Variabel Guna Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Maskapai Penerbangan*, Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis, Vol.1, No. 2, Oktober 2010.
- Yazid, 1999. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Ekonisia Fak. Ekonomi UIL.
- Zeithaml, Valarei A, and Bitner, Mary Jo. 2004. *Service Markerting: Integrating Customer Focus Across The Fim*. 3<sup>rd</sup> Edition. New York : Mc Graw Hill.